

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tiga pokok bahasan, yaitu implementasi strategi promosi, faktor pendukung dan penghambat strategi promosi dan strategi promosi dalam perspektif ekonomi Islam. Setelah melalui proses penelitian pada kajian bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Implementasi promosi di Pantai Batu Lapis Kalianda Lampung Selatan yaitu melakukan langkah-langkah promosi yaitu berupa periklanan melalui televisi di TVRI Lampung , *personal selling* terhadap pihak biro perjalanan, dan publisitas yang merupakan dukungan dari Pemerintah Daerah yaitu melalui media elektronik dan media cetak.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu faktor pendukungnya adalah mengikuti event promosi seperti Lampung Expo, bekerja sama dengan berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah yang telah mendukung kegiatan promosi pantai batu lapis di Kalianda . Faktor penghambatnya adalah persaingan dengan destinasi lain seperti pantai Kahai *Beach*, pantai Jandong, pantai canti, pantai mengkudu. Belum memadainya media dan materi promosi seperti brosur. Keterbatasan promosi pariwisata yang dapat diikuti mengingat keterbatasan dana, sarana dan prasarana yang belum memadai seperti belum adanya MCK, tempat ibadah, tempat penginapan, warung makan,

belum adanya pelampung, belum adanya aliran listrik, dan kondisi jalan yang sempit.

3. Pariwisata pantai Batu Lapis di Kalianda dalam melaksanakan strategi promosi sudah sesuai dengan syari'at Islam yaitu dilihat dari yang dilakukan pengelola Pantai Batu Lapis di Kalianda dalam berpromosi sesuai dengan Islam yaitu dengan tidak mengobral sumpah dalam berpromosi atau beriklan, jujur, menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara kedua belah pihak, menghindari promosi palsu, rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki.

B. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh bagian pemasaran dan promosi pengelola pantai batu lapis guna menentukan kebijakan :

1. Gunakan bauran promosi atau *promotion mix* yang ada secara maksimal, misalnya dengan perbaikan materi dan media iklan agar kegiatan promosi berjalan dengan baik.
2. Pemerintah Daerah hendaknya memperbaiki dan membenahi infrastruktur berupa pelebaran jalan, mendukung adanya tempat ibadah, mck, penginapan, dan fasilitas lainnya yang belum ada di pantai batu lapis.